

JE'LICIOUS

(PERENCANAAN PENDIRIAN USAHA KUE SUS)

Ace
p4-15
3

Jevita

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi MDP, Jl. Rajawali No. 14 Palembang, Telp +62(711)376400
Jurusan Ilmu Ekonomi Manajemen, STIE MDP, Palembang
e-mail: jevita2501@gmail.com

Abstrak

Je'Licious merupakan pendirian usaha pada bidang kuliner yang menawarkan kue sus dengan berbagai varian rasa yang belum ada sebelumnya dan *Je'Licious* merupakan jenis usaha rumahan (home industry). *Je'Licious* menawarkan kue sus yang memiliki berbagai macam varian rasa yaitu pure fla soes, oreo creamy soes, cookies creamy soes, greentea creamy soes, chocolate creamy soes, cream cheese soes, jelly creamy soes, dan peanut butter soes dengan bahan berkualitas tinggi dan harga yang terjangkau. Pada aspek keuangan, *Je'Licious* dinyatakan layak usahanya dengan menggunakan metode-metode seperti payback period, NPV, IRR dan BEP.

Abstract

Je'Licious a business establishment in the culinary field that offers eclairs with a variety of flavors that did not exist before and *Je'Licious* is a type of home-based businesses (home industry). *Je'Licious* offers eclairs which has a wide range of flavors are pure fla Soes, oreo Soes creamy, creamy cookies Soes, greentea Soes creamy, creamy chocolate Soes, cream cheese Soes, Soes creamy jelly and peanut butter Soes with high quality materials and an affordable price. On the financial aspect, *Je'Licious* is declared as an eligible business by using some methods such as payback period, NPV, IRR and BEP.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Berdirinya Usaha

Saat ini salah satu kegiatan yang berkembang pesat adalah kegiatan jual-beli (dagang) khususnya dalam bidang usaha makanan (kuliner). Faktanya dapat dilihat di sepanjang jalan besar di Kota Palembang, banyak orang yang menjual makanan dengan beranekaragam bentuk dan rasa. Perkembangan ini disebabkan oleh tingginya kebutuhan masyarakat akan makanan dan keinginan masyarakat untuk menikmati berbagai rasa yang berbeda yang ditawarkan dengan berbagai macam penampilan serta harga yang tidak terlalu mahal sehingga bisa dijangkau oleh masyarakat. Oleh karena itu semakin banyak pebisnis baru yang memiliki jiwa kewirausahaan membuka bisnis makanan karena bisnis ini adalah bisnis yang tepat untuk dikembangkan.

Salah satu usaha bisnis di bidang kuliner adalah bisnis kue (*bakery*). Usaha bisnis kue (*bakery*) menjadi salah satu pilihan yang banyak diminati oleh pengusaha. Terbukti dari tingginya nilai bisnis kue (*bakery*) saat ini. Berdasarkan data asosiasi pengusaha bakery Indonesia (APEBI), peningkatan nilai pasar roti dan kue di Indonesia mencapai 31 triliun rupiah pada tahun 2012. Angka ini meningkat sebesar 15 persen dibanding tahun 2011 yang mencapai 27 triliun rupiah.

Melihat pangsa pasar yang semakin tahun semakin meningkat akan kebutuhan kue di setiap acara-acara dan besarnya peluang tersebut, membuat penulis tertarik untuk

membuka usaha bisnis kue (*bakery*). Memanfaatkan peluang tanpa kemampuan akan menghasilkan hasil yang kurang maksimal, seorang calon pengusaha perlu melengkapi dirinya dengan kemampuan tertentu untuk mencapai hasil yang maksimal. Penulis sendiri dibekali beberapa kemampuan untuk membuat kue. Terbukti dari pengalaman penulis dalam membuat beberapa jenis kue dan hasilnya selalu memuaskan, melihat kemampuan tersebut maka orang tua serta orang-orang terdekat penulis mendukung penulis untuk membuka usaha bisnis kue (*bakery*). Besarnya peluang bisnis kue (*bakery*), kemampuan penulis membuat kue, serta dukungan dari orang tua, saudara, dan teman-teman membuat penulis semakin optimis dalam membuka usaha kue (*bakery*).

1.2 Visi, Misi, Tujuan, dan Nilai-nilai Budaya

a. Visi

Visi *Je'Licious* adalah menjadikan *Je'Licious* sebagai usaha kue sus pertama di Kota Palembang yang terus berinovasi dalam menciptakan menu kue sus dengan berbagai varian rasa yang lezat dan unggul dalam pelayanan dengan harga yang terjangkau.

b. Misi

Misi *Je'Licious* adalah:

1. Menerapkan sistem 5S: salam, senyum, sapa, sopan, santun.
2. Menciptakan inovasi – inovasi baru pada kue sus agar bisa terus berkembang.
3. Menciptakan aneka macam kue sus yang lezat dan kualitas tinggi.
4. Mengutamakan kebersihan dan kesehatan.

c. Tujuan Usaha

Tujuan *Je'Licious* adalah:

1. Berinovasi pada cita rasa kue sus yang berbeda dari sebelumnya.
2. Mengutamakan kepuasan pelanggan.
3. Memenuhi permintaan pelanggan.
4. Menjunjung tinggi nilai kejujuran.
5. Menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.

d. Nilai-nilai Budaya

Nilai budaya yang ingin *Je'Licious* ciptakan adalah memberikan produk yang terbaik kepada para konsumen dengan menerapkan terjaminnya kualitas produk tersebut.

Nilai budaya yang dianut ini akan selalu dilaksanakan dalam proses pembuatan dan melayani semua konsumen. Untuk mewujudkan budaya dalam perusahaan tersebut, maka diterapkan strategi, antara lain:

1. Membuat produk secara produktif dan optimal.
2. Bersikap ramah kepada konsumen dan bersedia menerima saran dan masukan bahkan *request*.

2. GAMBARAN USAHA

Je'Licious adalah suatu bisnis kue sus rumahan yang membuat berbagai macam kue sus dengan berbagai varian rasa. Konsep dari *Je'Licious* ini adalah menambah cita rasa baru dalam menikmati kue sus. Tingginya minat konsumen yang dilihat dari hasil survei penulis, serta besarnya keuntungan yang menjanjikan, membuat penulis mulai memanfaatkan peluang tersebut untuk merintis usaha ini.

Dalam berproduksi untuk saat ini penulis masih berlokasi di rumah sendiri yaitu di Jl. Masjid No.15 Sako Palembang, karena sebagian besar produk yang dijual dipasarkan melalui *online*, jadi lokasi penjualan masih berlokasi di rumah sendiri dengan skala kecil.

Pemasaran yang akan dilakukan adalah dengan cara *online* yaitu dengan media *line* dan *instagram*. Dengan sistem penjualan seperti ini maka penulis bisa mendapatkan keuntungan yang menjanjikan karena kue sus bisa terjual dengan waktu yang relatif cepat. Dengan sarana internet maka penjualan dan pembelian bisa dilakukan dengan mudah sehingga bisa membuat penulis mendapatkan banyak sekali kemudahan dalam mengelola bisnis kue sus tersebut. Tetapi pemasaran bisa juga dengan cara *offline* yaitu dengan cara langsung datang ke lokasi *Je'Licious*.

3. ASPEK PEMASARAN

3.1 Segmen Pasar, Target Pasar, dan *Positioning*

a. Segmentasi

Segmentasi pasar membagi pasar menjadi kelompok-kelompok kecil dengan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku berbeda yang mungkin memerlukan produk atau bauran pemasaran tersendiri (Kotler 2008, h.225). Dalam hal segmentasi, *Je'Licious* membaginya kedalam beberapa segmen yaitu:

- Segmentasi berdasarkan geografis. *Je'Licious* hanya membuka usaha di wilayah kota Palembang tepatnya di sekitaran Jl. Masjid Sako Kenten.
- Segmentasi berdasarkan demografis. *Je'Licious* menjual kepada semua kalangan masyarakat dengan pendapatan menengah hingga menengah ke atas.
- Segmentasi berdasarkan psikografis. *Je'Licious* menawarkan kue sus beraneka ragam rasa kue sus untuk penggemar kue sus.

b. *Targeting*

Menurut Kotler (2008, h.59), target pasar adalah sekelompok konsumen yang merespon dengan cara yang sama terhadap sejumlah usaha pemasaran tertentu. Dalam hal *targeting*, *Je'Licious* menargetkan konsumen kalangan menengah hingga menengah ke atas.

c. *Positioning*

Positioning dalam bisnis *Je'Licious* adalah sebagai pelopor kuliner kue sus dengan berbagai varian rasa yang dapat dinikmati semua orang. Hal ini dikarenakan kue sus *Je'Licious* memiliki rasa yang bervariasi dan tampilan yang berbeda dari pesaing lainnya.

3.2 Perkiraan Permintaan dan Penawaran

a. Perkiraan Permintaan

Di bawah ini merupakan tabel permintaan pertahun dengan asumsi kenaikan sebesar 5% terhadap produk *Je'Licious*.

Tabel 1 Perkiraan Permintaan *Je'Licious* selama 3 Tahun Mendatang

Tahun	Proyeksi Permintaan (dalam unit)
2015	427.680
2016	449.064
2017	471.517

b. Perkiraan Penawaran

Untuk memperkirakan jumlah penawaran *Je'Licious*, penulis melakukan survei penawaran pada pesaing *Je'Licious*. Berikut ini adalah tabel jumlah perkiraan penawaran pesaing di Indonesia.

Tabel 2 Penawaran Pesaing di Kota Palembang

Produsen	Penawaran per hari	Penawaran per bulan	Penawaran per tahun
Morita Bakery	100	3.000	36.000
Baker Bakery	95	2.400	28.800
Toko kue dan roti Shinta	80	2.100	25.200
Toko roti La Rose	70	1.500	18.000
Lain-lain	200	6.000	72.000
Total	545	16.350	196.200

Sumber : Hasil Survei Pesaing, 2014

3.3 Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar

Kenaikan permintaan pasar tiap tahunnya di asumsikan akan naik sebesar 5%. Penawaran rencana penjualan usaha *Je'Licious* diasumsikan akan naik sebesar 10% setiap tahunnya.

Tabel 3 Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar *Je'Licious* Selama 3 Tahun

Tahun	Permintaan Potensial	Penawaran Pesaing	Peluang	Rencana Penjualan	Pangsa Pasar
2015	427.680	196.200	231.480	30.415	7.6%
2016	449.064	206.010	243.054	31.050	7.8%
2017	471.517	216.310	255.207	32.185	8%

3.4 Analisis SWOT

Menurut Kotler (2008, h.64), analisis SWOT (*SWOT analysis*) adalah penilaian menyeluruh terhadap *strengths* (S), *weaknesses* (W), *opportunities* (O) dan *threats* (T) perusahaan.

Berikut adalah tabel yang berisikan analisis SWOT usaha *Je'Licious*:

Tabel 4 Analisis SWOT *Je'Licious*

<p>Kekuatan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Harga lebih terjangkau. - Lokasi strategis. - Memiliki varian rasa beragam yang belum dimiliki pesaing lainnya. 	<p>Kelemahan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kemungkinan terjadinya kekosongan stok. - Produk yang tidak tahan lama. - Merek yang belum terkenal. - Harga bahan baku modal naik.
<p>Peluang</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bisnis baru di Kota Palembang. - Memiliki inovasi baru terhadap rasa kue sus. - Adanya trend perayaan-perayaan di masyarakat. 	<p>Ancaman</p> <ul style="list-style-type: none"> - Munculnya pesaing baru. - Pesaing lama yang lebih terkenal.

3.5 Strategi Pemasaran Perusahaan Terhadap Pesaing

3.5.1 Produk (*Product*)

Produk yang diproduksi dan dijual *Je'Licious* adalah kue sus dengan berbagai varian rasa yang belum ada pada pesaing lainnya.



Gambar 1 Kue Sus Je'Licious

Merek dan kemasan juga akan menjadi pengingat bagi masyarakat akan produk yang dijual. Untuk itu *Je'Licious* menciptakan merek yang sederhana namun unik sehingga mudah diingat dalam pikiran konsumen.

1. Logo



Gambar 2 Logo Je'Licious

2. Kemasan

Je'Licious menggunakan kemasan kotak mika sebagai wadah dari kue sus sehingga konsumen bisa membawa pulang kue sus dan mengkonsumsinya di rumah.

3.5.2 Harga (*Price*)

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler 2008, h.439).

Harga produk kue sus *Je'Licious* yaitu Rp 5.000,- per buah nya. Strategi penetapan harga yang dilakukan usaha ini bukan fokus pada keuntungan yang tinggi, tetapi lebih pada jumlah permintaannya.

3.5.3 Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah berbagai cara untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau *brand* yang dijual (Kotler 2008, h.510).

a. *Advertising* (Periklanan)

Bentuk promosi *Je'Licious* adalah membagikan brosur di beberapa tempat seperti daerah kampus, sekolah, *mall*, tempat kursus dan daerah sekitar Jl. Masjid Sako Kenten. *Je'Licious* juga akan memasang iklan *online* melalui berbagai aplikasi jejaring sosial yang saat ini banyak digunakan seperti *Blackberry Messenger*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan *Line*.

b. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

Kotler (2008) menyatakan bahwa *Sales Promotion* (Promosi Penjualan) memiliki beberapa tujuan menarik konsumen baru untuk melakukan uji coba terhadap suatu produk. Ini bisa ditempuh melalui promosi berupa diskon yang akan dilakukan oleh *Je'Licious*. Dengan adanya promosi seperti program diskon, konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk.

c. *Personal Selling* (Penjualan Personal)

Penjualan personal adalah presentasi pribadi oleh wiraniaga perusahaan dengan tujuan melakukan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan (Kotler 2008, hal.182).

Penjualan personal yang dapat dipergunakan sebagai media promosi oleh *Je'Licious* adalah melalui promosi secara pribadi dan langsung kepada oleh pemilik kepada keluarga, teman, dan masyarakat di sekitar lokasi dengan mengabi-bagikan brosur.

d. *Public Relation* (Hubungan Masyarakat)

Bentuk *public relation* yang dilakukan oleh *Je'Licious* adalah membalas atas setiap *comment* dari konsumen yang ada di jejaring sosial atau media *online*, sehubungan dengan hal yang dirasakan oleh konsumen terhadap produk *Je'Licious*.

3.5.4 Placement

Lokasi dari bisnis ini akan di tempatkan di sekitar Jl. Masjid Sako Kenten Palembang. Lokasi ini sangat strategis karena belum adanya toko kue sus di sepanjang daerah kenten sako. Hal ini juga didasarkan atas pengamatan terhadap lokasi tersebut yang berada dekat dengan sekolah, tempat-tempat umum, dan tempat les.

4. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Nama Usaha : *Je'Licious*
 Nama Pemilik : Jevita
 Alamat Tempat Usaha : Jl.Masjid No.15 Sako Kenten Palembang
 Bentuk Badan Hukum : Perusahaan Perseorangan
 Struktur Organisasi :



Sumber : Penulis

Gambar 3 Struktur Organisasi NooTy

4.2 Perijinan

Perijinan dalam suatu bisnis sangatlah penting, dimana apabila suatu bisnis tidak memiliki ijin maka bisnis tersebut akan dianggap tidak legal dan akan berdampak pada masalah hukum. Karena usaha *Je'Licious* masih tergolong usaha kecil, maka ijin hanya dilakukan ke Perijinan Industri Rumah Tangga (P-IRT), dan jika usaha *Je'Licious* sudah berjalan dan mengalami kemajuan, maka *Je'Licious* akan membuat sebuah gerai atau toko yang akan memerlukan ijin usaha.

1.3 Kegiatan Pra Operasi dan Jadwal Pelaksanaan

Je'Licious akan melakukan penyusunan jadwal pelaksanaan pra operasi selama 3 bulan terdiri dari survei pasar, menyusun rencana usaha, perizinan, pembelian peralatan, seleksi karyawan, pelatihan karyawan, uji coba produksi, promosi, sampai pembukaan mulai usaha.

5. ASPEK PRODUKSI

5.1 Pemilihan Lokasi Usaha

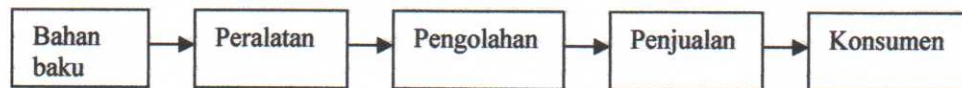
Pemilihan lokasi yang tepat dan strategis merupakan salah satu faktor yang penting dalam mempengaruhi jumlah penjualan produk. Setelah melakukan penyeleksian tempat usaha dari segi lokasi dan modal usaha, *Je'Licious* memutuskan memilih lokasi di sekitaran Jl. Masjid Sako Kenten Palembang dengan pertimbangan dekat dengan target pasar.

5.2 Rencana Tata Letak

Konsep penjualan *Je'Licious* dilakukan dengan menggunakan *cake showcase* sehingga tidak menggunakan tata letak yang detail.

5.3 Proses Produksi / Gambaran Teknologi

Proses produksi *Je'Licious* dilakukan dalam dapur dengan memanfaatkan sarana dan prasarana. Proses produksi yang baik akan menghasilkan produk yang baik juga.



Gambar 4 Proses Produksi *Je'Licious*

5.4 Bahan Baku dan Bahan Pembantu

Bahan baku merupakan salah satu faktor penting untuk mendukung proses produksi dalam suatu usaha, sehingga proses produksi dapat berjalan dengan baik dan lancar. *Je'Licious* merupakan jenis usaha yang mengutamakan kualitas dan kebersihan bahan baku sehingga produk tetap terjamin kualitasnya.

5.5 Tenaga Produksi

Dalam mendirikan suatu usaha, perusahaan memerlukan tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan tersebut. *Je'Licious* berpegang pada prinsip "*right man in the right place*". Oleh sebab itu, *Je'Licious* membutuhkan tenaga kerja yang sesuai dengan bidangnya serta berpengalaman. Hal ini dilakukan karena *Je'Licious* menginginkan para karyawan dapat memberikan pelayanan yang lebih kepada pelanggan.

5.6 Mesin dan Peralatannya

Je'Licious menyiapkan mesin dan peralatan kerja kurang lebih untuk 5 tahun kedepan. Mesin dan peralatan yang dibutuhkan *Je'Licious* berupa kompor, oven, kulkas, tabung gas, loyang, pisau, mangkok, kuas, timbangan, cetakan kue sus, plastik semprot, gunting, sarung tangan, gelas takar.

5.7 Tanah, Gedung, dan Perlengkapannya

Kegiatan usaha yang akan dijalankan *Je'Licious* bertempat di sekitaran Jl. Masjid Sako Kenten Palembang. Dari hasil survei, salah satu pertimbangan pada saat akan membuka usaha adalah lokasi usaha. Dalam memilih lokasi usaha harus mempertimbangkan dengan matang karena tempat usaha yang tidak tepat dan tidak strategis akan membuat usaha tidak berjalan sesuai dengan harapan. Dimana pemikiran *Je'Licious* karena lokasi mempengaruhi biaya dan menentukan penghasilan.

6. ASPEK KEUANGAN

6.1 Sumber Pendanaan

Dalam menjalankan sebuah usaha, modal adalah faktor penting begitu juga dengan *Je'Licious*. Sumber permodalan *Je'Licious* dari tabungan sendiri sebesar Rp 14.929.500,-.

6.2 Kebutuhan Pembiayaan / Modal Investasi

Modal Investasi *Je'Licious* sebesar Rp 8.965.000,-.

6.3 Kebutuhan Modal Kerja

Pengeluaran modal kerja *Je'Licious* perbulan sebesar Rp 1.550.500,-.

6.4 Analisa Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha bertujuan untuk menentukan alokasi sumber-sumber perusahaan sebaik mungkin kedalam setiap kegiatan usaha *Je'Licious* untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Untuk mengukur layak atau tidaknya usaha *Je'Licious* menggunakan metode *Payback Period*, *Net Present Value* dan *Internal of Return*.

6.4.1 Payback Period

Payback Period untuk *Je'Licious* adalah selama 2 bulan 9 hari.

6.4.2 Net Present Value

Perhitungan NPV menggunakan *discount rate* dengan BI rate sebesar 7,75% (Bank Indonesia, 2014) :

$$\text{Net Present Value (NPV)} = \sum_{t=0}^n \left[\frac{CF}{(1+K)^n} \right]$$

$$NPV = -CF_0 + \frac{CF_1}{(1+K)^1} + \frac{CF_2}{(1+K)^2} + \frac{CF_3}{(1+K)^3} + \dots + \frac{CF_n}{(1+K)^n}$$

$$NPV = (-14.929.500) + \frac{6.392.442}{(1+0.0775)^1} + \frac{6.392.442}{(1+0.0775)^2} + \frac{6.392.442}{(1+0.0775)^3} + \frac{6.392.442}{(1+0.0775)^4} + \frac{6.392.442}{(1+0.0775)^5} +$$

$$\frac{6.392.442}{(1+0.0775)^6} + \frac{6.392.442}{(1+0.0775)^7} + \frac{6.392.442}{(1+0.0775)^8} + \frac{6.392.442}{(1+0.0775)^9} + \frac{6.392.442}{(1+0.0775)^{10}} + \frac{6.392.442}{(1+0.0775)^{11}} + \frac{6.392.442}{(1+0.0775)^{12}}$$

$$NPV = \text{Rp } 33.874.734,-$$

Hasil NPV sebesar Rp 33.874.734,- dan bernilai positif, maka investasi ini layak atau dapat diterima.

6.4.3 Internal of Return

Internal Rate of Return (IRR) dinyatakan sebagai tingkat diskonto yang menyamakan nilai sekarang dari ekspektasi arus kas masuk suatu proyek ke nilai sekarang dari biaya proyek.

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \times (i_2 - i_1)$$

Tabel 5 Hasil Perhitungan IRR dari Discount Factor

Bulan	Kas Bersih	DF (11%)	PV Kas Bersih	DF (12%)	PV Kas Bersih
1	6.392.442	0,900	5.753.198	0,892	5.131.853
2	6.392.442	0,812	5.190.663	0,797	4.136.958
3	6.392.442	0,658	4.206.227	0,635	2.670.954
Total PV Kas Bersih			15.150.088		11.939.765
Total PV Investasi			14.929.500		14.929.500
NPV		1	220.588	2	(2.989.735)

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \times (i_2 - i_1)$$

$$= 11\% + \frac{220.588}{220.588 - (-2.989.735)} \times (12\% - 11\%)$$

$$= 11\% + 0,1 \times 1\% = 11\%$$

Melihat dari hasil perhitungan *IRR* yaitu 11%, dan mempergunakan BI rate (sebesar 7,5%) sebagai perhitungan bunga pinjaman, dapat dinyatakan bahwa *Je'Licious* melalui perhitungan *IRR* dinyatakan dapat diterima.

6.5 Analisa Keuntungan

BEP dalam unit :

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga jual per satuan} - \text{Biaya variabel persatuan}} \\ \text{BEP} &= \frac{13.007.000}{5.000 - 2.636} \\ &= 5.502 \text{ unit} \end{aligned}$$

BEP dalam rupiah :

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \text{BEP dalam unit} \times P \\ &= 5.502 \text{ unit} \times \text{Rp } 5.000,- \\ &= \text{Rp } 27.510.000,- \end{aligned}$$

Jadi, untuk mencapai titik BEP, *Je'Licious* harus menjual sebanyak 5.502 unit produk atau sama dengan penjualan mencapai Rp 27.510.000,-.

6.6 Laporan Keuangan

Laporan keuangan menurut S. Munawir (2010, h.102) adalah laporan yang berisi kondisi keuangan suatu perusahaan yang terdiri dari neraca, laporan laba rugi, serta laporan-laporan lainnya.

Tabel 6 Laporan Laba Rugi *Je'Licious*

E.A.T 1 tahun	Rp 76.698.270,-	Rp 89.764.963,-	Rp 105.824.024,-
----------------------	-----------------	-----------------	------------------

Tabel 7 Laporan Perubahan Modal *Je'Licious*

Modal akhir 1 tahun	Rp 157.233.270,-	Rp 176.420.623,-	Rp 199.238.825,-
----------------------------	------------------	------------------	------------------

Tabel 8 Laporan Neraca *Je'Licious*

Keterangan	Januari 2015	Januari 2016	Januari 2017
AKTIVA			
Aktiva 1 tahun	Rp 157.233.270,-	Rp 176.420.623,-	Rp 199.238.825,-
MODAL			
Modal akhir 1 tahun	Rp 157.233.270,-	Rp 176.420.623,-	Rp 199.238.825,-

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada orang tua yang telah memberi dukungan financial dan memotivasi terhadap penyelesaian penulisan business plan ini. Penulis juga berterima kasih kepada para dosen yang telah membantu dan membimbing dalam penulisan business plan ini. Akhir kata, penulis berharap business plan ini dapat berguna bagi pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]Anonim 2012, *Data BI Rate*, Diakses pada 15 Desember 2014, dari <http://www.bi.go.id/>
 - [2]Anonim 2012, *Jenis Ijin dan Persyaratan*, Diakses pada 10 Oktober 2014 , dari <http://www.kppt.palembang.go.id/>
 - [3]Anonim 2011, *Jumlah Tenaga Kerja Palembang*, Diakses pada 5 November 2014, dari <http://disnaker.palembang.go.id/>
 - [4]Anonim 2014, *Pajak PP46*, Diakses pada 15 Februari 2015, dari <http://pajak.go.id/>
 - [5]Kotler, Philip dan Gary Amstrong 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*, Erlangga, Jakarta
 - [6]Kotler, Philip dan Gary Amstrong 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 2*, Erlangga, Jakarta.
 - [7]Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller 2007, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
 - [8]Kotler Philip 2008, *Manajemen Pemasaran*, PT.Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
 - [9]Mulyadi, 2001,*Akuntansi Manajemen*,Salemba Empat, Jakarta.
 - [10]S. Munawir 2010, *Analisa Laporan Keuangan : Edisi Empat*, Liberty, Yogyakarta.
 - [11]Zimmerer, Thomas W 2008, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Salemba Empat, Jakarta.
-